



Tourisme et espaces publics : de l'attractivité à la qualité d'accueil ? Paris au regard de Berlin

Antoine Fleury

► To cite this version:

Antoine Fleury. Tourisme et espaces publics : de l'attractivité à la qualité d'accueil ? Paris au regard de Berlin. Maria Gravari Barbas et Edith Fagnoni. Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris, Belin, pp.35-46, 2013, 978-2-7011-7595-9. halshs-00918766

HAL Id: halshs-00918766

<https://shs.hal.science/halshs-00918766>

Submitted on 27 Oct 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La version définitive de ce texte a été publiée dans : Gravari-Barbas M. et Fagnoni E. (dir.), 2013, *Métropolisation et tourisme. Comment le tourisme redessine Paris*, Paris, Belin, p. 35-46. Les figures sont insérées en fin de document.

Tourisme et espaces publics : de l'attractivité à la qualité d'accueil ?

Paris au regard de Berlin

Tourism and public spaces: from attractiveness to quality of welcome?

Confronting Paris and Berlin

Antoine Fleury
Chargé de recherche au CNRS
UMR Géographie-cités
(CNRS, universités Paris 1 et Paris 7)

Résumé

Partant du constat que le tourisme métropolitain se pratique aujourd'hui en grande partie dans les espaces publics, cet article se propose de faire la lumière sur les liens complexes et dynamiques qui peuvent exister entre le tourisme et les politiques menées dans ce domaine. Il s'agit d'analyser la manière dont les pouvoirs publics concilient la diversité des enjeux et des usages propres aux espaces publics centraux avec la nécessité économique du développement touristique. La mise en regard de Paris et Berlin montre combien les aménagements de prestige et les grands événements ont longtemps été privilégiés dans le cadre de politiques de marketing urbain, mais que l'action publique se renouvelle actuellement pour améliorer la qualité d'accueil des espaces publics et surmonter les conflits d'usage très nombreux auxquels la forte pression touristique a abouti dans certains quartiers.

Abstract

Observing that metropolitan tourism takes place mostly in public spaces, the present article aims to shed light on the complex and dynamic relationship between tourism and public space policies. It analyzes how urban governments reconcile the diversity of issues and usages characterizing public spaces in city centres with the economic need of tourism development. Confronting Paris and Berlin it shows how cities have given priority to prestige developments and great events in the context of urban marketing policies. However it argues that public space policies are currently renewed so as to make them more welcoming for tourists and to overcome the numerous conflicts of use due to the high level of tourism pressure on many neighbourhoods.

Mots clés

Tourisme métropolitain, espaces publics, politiques publiques, Paris, Berlin

Key words

Metropolitan tourism, public space, public policies, Paris, Berlin

Les grandes villes attirent chaque année un nombre considérable de touristes, qu'ils y viennent pour découvrir les quartiers historiques et les monuments, pour visiter une exposition, pour assister à un festival ou à un salon. Or, l'une des particularités de ce type de tourisme est qu'il se pratique en grande partie dans les espaces publics : rues, places, terrasses de cafés, jardins, berges de rivière, etc. De la Grand Place de Bruxelles au Pariser Platz, en passant par la place du Tertre et Trafalgar square, certains espaces publics des métropoles mondiales sont aujourd'hui des lieux très fréquentés par les touristes. Il en va de même pour les rues et les places des quartiers historiques tels que Sultanahmet à Istanbul, le Marais à Paris ou encore le Barrio Latino de Barcelone. Tout au long de l'année, les touristes y déambulent mais pas seulement : ils y pique-niquent, y font la fête, y assistent à des concerts, y consomment... Plus que de simples lieux de passage sur le chemin des monuments et des grands musées, ces espaces publics sont des lieux à part entière du tourisme métropolitain.

Si cette évolution est de toute évidence liée au développement considérable du tourisme urbain et métropolitain lui-même, elle va de pair avec des dynamiques impulsées par les pouvoirs publics. En effet, et c'est tout particulièrement le cas en Europe, les municipalités ont profondément renouvelé leur action sur les espaces publics depuis une trentaine d'années (Tomas, 2001 ; Toussaint, Zimmermann, 2001). Elles ont développé de nouvelles formes d'aménagement à la fois plus favorables aux piétons et à la diversité des usages, plus sensibles aux dimensions esthétiques et patrimoniales des espaces publics. Certes les enjeux d'image, d'attractivité et de développement touristique ne sont pas le seul ressort de ces politiques. Mais le traitement des espaces publics les plus emblématiques – avec des interventions sur leur composition, sur leur mise en lumière voire sur leur animation – témoigne d'une instrumentalisation de ces derniers au profit des stratégies de valorisation mises en place depuis les années 1980 et participe d'une mise en tourisme de l'espace urbain, dans un contexte de concurrence accru entre les grandes villes (Mordue, 2007 ; Vlès *et al.*, 2005).

Cet article se propose de faire la lumière sur les liens complexes qui peuvent exister entre le tourisme et les politiques contemporaines d'aménagement et de gestion des espaces publics. Il s'agira notamment de caractériser la manière dont se conjuguent, dans les choix d'aménagement, de gestion et d'animation des espaces publics, non seulement l'enjeu touristique et les autres enjeux métropolitains (déplacements, cadre de vie, etc.), mais aussi les usages respectifs des touristes et des habitants. Comment les pouvoirs publics concilient-ils la diversité des enjeux et des usages propres aux espaces publics avec la nécessité économique du développement touristique ? Par ce questionnement, nous nous situons dans une démarche de décroisement entre études sur le tourisme et études urbaines (Knafo, 2007 ; Ashworth, Page, 2010), à la croisée des travaux récents sur le tourisme quant à la capacité des villes à intégrer les problématiques touristiques dans leurs politiques d'aménagement et à développer des outils de gestion adaptés (Violier, Zarate, 2007) et des derniers développements de l'étude des politiques d'espaces publics.

Pour prendre en compte la place qu'occupe le tourisme dans la métropole, en lien avec le contexte urbain dans lequel il se développe et l'inscription des métropoles dans le système des villes européennes et mondiales, cet article propose non seulement une analyse du cas parisien, mais aussi des perspectives de comparaison avec Berlin *Innenstadt*¹. Alors que Paris est aujourd'hui le cœur d'une métropole mondiale riche et dynamique, Berlin peine à regagner le statut de *Weltstadt* qu'elle avait dans les années 1920 et est en proie à une profonde crise de reconversion. Les deux villes présentent en outre des potentiels touristiques à première vue très différents, Paris ayant conservé un riche patrimoine alors que Berlin a subi de nombreuses destructions pendant la Deuxième Guerre mondiale. Cependant, si la fréquentation touristique de la capitale allemande (8 millions de touristes) demeure

aujourd'hui moindre que celle de Paris (28 millions de touristes)², elle est en constante augmentation depuis quelques années³. Il paraît donc intéressant de mettre Paris en regard de Berlin afin de proposer des pistes de réflexion plus générales.

I. Espaces publics et action publique

Durant les Trente Glorieuses, l'objectif principal des pouvoirs publics était de régler la ville et sa voirie sur l'automobile (Flonneau, 2003). Depuis les années 1980, les municipalités ont profondément renouvelé leur action, développant de nouvelles formes d'aménagement à la fois plus favorables aux piétons et à la diversité des usages, plus attentives aux enjeux esthétiques et patrimoniaux. Cette évolution, concomitante à l'émergence du terme même d'espace public, s'est faite à des rythmes différents selon les villes, notamment à Paris et à Berlin, en lien avec des contextes urbains et institutionnels spécifiques.

Paris/Berlin : des choix politiques différents dans les années 1980

L'évolution des politiques publiques s'est faite à des rythmes différents selon les villes. Ainsi les villes ouest-allemandes ont-elles été plus tôt concernées que les villes françaises. Elles s'inscrivent en cela dans le vaste mouvement qui touche les villes d'Europe du Nord depuis les années 1960 (Olagner, 2007). A Berlin-Ouest⁴, le processus se déploie assez rapidement dès la fin des années 1970. Les espaces publics se retrouvent au cœur de l'action publique, en relation avec une nouvelle politique de réhabilitation urbaine obtenue de haute lutte par les habitants (Bodenschatz, 1987). Avec pour objectif pour l'amélioration du cadre de vie, une grande partie des espaces publics est repensée autour du principe de *Verkehrsberuhigung* (apaisement du trafic) et en lien avec le développement des pistes cyclables aussi bien sur les grands axes que dans les secteurs résidentiels. En parallèle, la présence végétale est renforcée, avec la plantation d'arbres et l'installation de jardinières dans les rues et sur les places dégagées de la circulation automobile et d'une partie du stationnement.

A Paris, malgré l'abandon des grands projets d'infrastructure⁵, l'action de la Mairie vise, jusqu'au milieu des années 1990, à fluidifier la circulation et à faciliter le stationnement. Si les espaces publics sont retouchés, c'est avant tout pour améliorer la circulation. Aussi favorable à la circulation automobile soit-elle, cette politique tend néanmoins à intégrer la protection du patrimoine (expérimentation de nouveaux revêtements, réintroduction de mobiliers plus classiques, etc.) et l'amélioration de la sécurité des piétons, en « recalibrant » les rues et en développant le « mobilier de défense » (potelets, bornes, barrières, etc.). La construction de parcs de stationnement souterrains permet également de dégager certains espaces qui sont alors réaménagés. Les quartiers historiques sont concernés au premier chef – de vastes et soignés plateaux piétonniers (Marais, Halles, quartier latin) y sont aménagés – ainsi que les places et avenues prestigieuses, comme la place de l'Hôtel de Ville ou l'avenue des Champs Elysées (figure 1).

Partager l'espace public : Paris depuis 1995

Il faut attendre le milieu des années 1990 pour que les priorités changent, sous l'impulsion des élus locaux sensibles aux exigences croissantes des habitants dans ce domaine. Les services s'engagent alors dans une réflexion plus globale sur les espaces publics. L'objectif est de rendre les aménagements plus cohérents et plus respectueux du patrimoine, comme en témoigne le *Guide de l'Espace Public* rédigé à cette époque. Une nouvelle politique des déplacements voit le jour, plus favorable aux « circulations douces » et à la qualité de vie. C'est un tournant dans l'action de la Mairie sur les espaces publics, qui rejoint alors le mouvement engagé plusieurs décennies auparavant en Europe du Nord. Si de « grandes

opérations » sont encore programmées, elles concernent de plus en plus les arrondissements périphériques (rue de Flandres, avenue d'Italie). Et la ville de réorienter progressivement ses investissements sur des aménagements de proximité : aménagements de « zones 30 », premiers jalons d'un réseau cyclable, etc.

Cette politique est approfondie et systématisée au cours des années 2000. L'action de la municipalité repose sur des projets d'aménagement qui établissent un nouveau partage de l'espace, plus favorable aux piétons et aux cyclistes. La voirie secondaire (nouveaux périmètres en « zones 30 », requalification de rues commerçantes) est tout autant concernée que les axes majeurs (aménagement des « espaces civilisés », mise en place du tramway) et plus récemment les grandes places (Place de la République, place Clichy). Par rapport à la période précédente, cette action est néanmoins marquée par une volonté plus affirmée de réduire la place de l'automobile et par une attention accrue pour la dimension esthétique des aménagements, pour la « végétalisation » et plus récemment pour le confort et l'accessibilité des espaces publics (Fleury, 2007, 2010). En parallèle, la Mairie de Paris s'attache à accompagner une demande croissante en termes d'animation des espaces publics. Pour cela, elle soutient les initiatives locales pour l'organisation de manifestation en plein air ; elle s'investit dans l'organisation de grands événements tels que « Paris Plage », sur les berges de la Seine, de la « Nuit Blanche » ou encore de « Paris quartier d'été » (Gravari-Barbas, 2007).

Construire les espaces publics d'une capitale : Berlin depuis la réunification

À Berlin-Ouest, les aménagements locaux avaient été privilégiés durant les années 1980, dans le cadre d'une politique globale d'amélioration du cadre de vie. Mais la nouvelle donne que constitue la réunification amène le Sénat de Berlin à mettre en place une politique plus spectaculaire, donnant quelques années après Paris la priorité aux espaces publics centraux (arrondissement de Mitte). Ainsi, dès le début des années 1990, le Sénat soutient le développement des événements en plein air, des défilés – comme la « Love Parade » ou le « Christopher Street Day » – aux fêtes de rue, en passant par les opéras en plein air (Siebenhaar, 2004). Au même moment, la ville se mue en un gigantesque chantier. D'une part, le centre historique est remodelé selon le concept de « reconstruction critique » (Stimmann, 1999), faisant une large place aux espaces publics puisqu'il s'agit de redonner aux rues et aux places leur forme d'origine. Dans un second temps, la voirie et les espaces verts sont aménagés dans un double souci de réinterprétation du patrimoine et de qualité d'usage (Fleury, 2007). D'autre part, de nouveaux quartiers sont créés : le Spreebogen, quartier de gouvernement où les espaces publics symbolisent la réunification et le caractère démocratique de la République de Berlin ; le quartier du Potsdamer Platz, centralité retrouvée dans l'espace berlinois, où les espaces publics viennent mettre en valeur un quartier voulu comme emblématique.

Cependant, le problème de la circulation automobile se pose de nouveau de manière aiguë dans une ville libérée de ses frontières, marquée à la fois par un étalement urbain important et par le rattrapage du taux de motorisation dans l'est de la ville (Häußermann, Kapphan, 2002). Le principe de réduction de la circulation est donc replacé au cœur de la politique des déplacements au cours des années 2000, tout comme le développement des « circulations douces » (SenStadt, 2005). Ainsi, les aménagements en faveur des piétons – sécurisation des cheminements – et des cyclistes – extension du réseau cyclable, amélioration du stationnement et de l'intermodalité – se poursuivent, notamment dans les anciens arrondissements de Berlin-Est. Mais le modèle développé à l'Ouest dans les années 1980 n'est que lentement étendu aux arrondissements de l'ancien Berlin-Est (hors Mitte), ce qui s'explique par des marges de manœuvre financières très limitées, mais surtout par la priorité donnée aux aménagements de prestige.

II. Espaces publics et attractivité touristique

A première vue, l'enjeu touristique n'apparaît pas comme central dans les politiques menées, essentiellement tournées vers la reconquête de l'espace au profit des piétons et l'amélioration du cadre de vie. Pour autant, cette action participe bien « d'un argumentaire associé à l'image de la ville, donc hautement touristique, destiné à capter de nouveaux flux de visiteurs ou, plus simplement, à renouveler l'idée qu'on s'en fait ailleurs » (Vlès *et al.*, 2005, p. 86). Les politiques mises en œuvre passent à la fois par des aménagements et par l'organisation d'événements festifs conçus pour renforcer l'attractivité et le rayonnement touristique des villes et de certains quartiers centraux.

Vitrines de la métropole

Même si c'est selon des temporalités décalées dans le temps, une partie importante de l'action des villes a consisté, ces dernières décennies, à réaliser des aménagements de prestige dans les quartiers les plus emblématiques. Les aménagements développés sont d'une grande qualité esthétique et paysagère. En termes de matériaux tout d'abord : la plupart des places ont été recouvertes de dalles de granite, comme en témoigne les places Vendôme et Saint-Sulpice à Paris ou le *Forum Fridericianum* à Berlin, et on relève parfois un recours à des matériaux plus nobles encore, comme le marbre de Carrare pour la rue Montorgueil à Paris. En termes de mobilier urbain ensuite : tandis que les quartiers historiques ont été équipés de mobiliers classiques, une ligne nouvelle de mobilier urbain a été spécialement conçue pour l'avenue des Champs Élysées tout comme pour l'avenue Unter den Linden. En termes de plantations enfin, avec un recours croissant aux essences rares. Le plus souvent, ces aménagements ont de surcroît été conçus par des architectes et des paysagistes de renommée européenne ou mondiale, suite à des concours internationaux ou à des appels d'offre largement diffusés, que ce soit à Paris⁶ ou à Berlin⁷.

Dans la majorité des cas, ces aménagements ont été portés par un discours sur l'*image* de la métropole. Ainsi, au cours de la seconde partie des années 1980 et au début des années 1990, l'objectif du Maire de Paris est de faire de sa ville une métropole moderne, d'accroître son rayonnement économique et culturel. Dans un contexte marqué par les prémisses de la mondialisation et le développement de la compétition entre les grandes villes (Fleury, 2007), cette politique passe entre autres par la requalification des espaces publics les plus emblématiques. Les projets d'aménagement visent à requalifier des espaces publics dont la dégradation est alors perçue comme peu digne d'une métropole moderne. C'est le cas des places monumentales, des fronts d'eau et surtout de l'avenue des Champs-Élysées (figure 1) : pour les acteurs du projet, qui est aussi sans surprise très médiatisé, c'est « l'inadéquation entre l'image de marque de l'avenue et sa réalité » qui motive le réaménagement (Pognant, 1993, p. 70). Plus récemment, en mettant en œuvre une politique de partage de l'espace public, la Mairie cherche évidemment encore à rattraper son retard – au moins en termes d'image – sur certaines métropoles européennes telles que Londres ou Copenhague, voire sur certaines villes françaises comme Lyon, en pointe dans ce domaine. Même si les aménagements de prestige ne sont pas aussi nombreux que par le passé, la volonté de moderniser l'image de la capitale française continue à marquer fortement certaines interventions : le lancement récent des projets de requalification des berges de la Seine et de la place de la République – sur lesquelles la Mairie communique d'ailleurs beaucoup – en témoigne (Fleury, 2010).

Dans les années 1990, alors que le rythme des aménagements de prestige se ralentit à Paris, bien installée dans son statut de métropole mondiale, la situation est tout autre à Berlin. Dans le contexte de la réunification, l'un des objectifs des pouvoirs publics est de se repositionner

comme métropole globale (Krätke, 2001). Pour attirer les investissements, le Sénat de Berlin développe une politique offensive qui passe notamment par de grandes opérations d'aménagement urbain (Häußermann, Siebel, 1993) susceptibles de revaloriser et de moderniser l'image métropolitaine de la ville. En requalifiant l'avenue Unter den Linden, le Sénat a ainsi tenté de reconstituer une « promenade piétonne emblématique de la métropole » (Jakubeit, 1999, p. 7). Quant au réaménagement des places de Mitte comme le Bebel Platz ou le Pariser Platz, il doit permettre non seulement de « créer des lieux agréables à vivre », mais aussi et surtout de « rendre Berlin (...) plus attractive, [car] dans la concurrence avec les autres villes, ces lieux représentent une image de marque propre à la ville » (SenStadt, 1999). Ce sont les mêmes enjeux qui motivent aujourd'hui le projet de réaménagement du Gendarmenmarkt. Métropole en devenir, Berlin a donc largement mis ses espaces publics au service d'une politique de renforcement de son rayonnement et de son attractivité.

Espaces publics, espaces touristiques

Si les aménagements de prestige servent l'image des villes, c'est avant tout parce qu'ils permettent la revalorisation du patrimoine des quartiers où ils s'insèrent. C'est surtout le cas à Paris, et ce dès les années 1960. Les premiers aménagements ponctuels ont lieu à Montmartre et dans le Marais, en même temps que sont mises en place les premières mesures de protection plus globales. A partir des années 1970, la réhabilitation des quartiers de Beaubourg puis des Halles passe aussi par la création de vastes plateaux piétonniers où la forme des espaces publics est totalement repensée (matériaux nobles, plantation d'arbres, mise en place de candélabres de style, etc.) pour entre autres mettre en valeur le patrimoine bâti (Fleury, 2009). Il en va de même pour les places où les aménagements ont permis une véritable mise en valeur des monuments qui les bordent (Hôtel de Ville, église Saint-Sulpice, place Vendôme, etc.). Quant aux « grandes opérations » des années 1980-1990, elles ne sont pas de simples projets de voirie puisqu'elles tentent également de prendre en compte les enjeux patrimoniaux, des enseignes aux façades, en passant par le mobilier urbain et l'éclairage.

Ce faisant, les aménagements de prestige viennent aussi renforcer la centralité de leurs quartiers. A Paris, les aménagements menés entre les années 1970 et 1990 visent ainsi autant la revalorisation du patrimoine que la mise en valeur de quartiers stratégiques sur le plan commercial, culturel et touristique. Leur localisation coïncide d'ailleurs nettement avec ce que Ph. Duhamel et R. Knafo (2007) appellent le *Central Tourist District*, où se concentrent les monuments et musées les plus visités, ainsi que la majorité des hôtels et des commerces spécialisés (figure 2). Les aménagements de prestige ont donc bel et bien participé de la « densification » de la centralité touristique parisienne (Duhamel, Knafo, 2007, p. 52). Ils ont aussi contribué à son extension : requalification des quais du Bassin de la Villette et de l'Arsenal, aménagement du boulevard Richard Lenoir, etc. Depuis lors, l'attractivité commerciale et touristique demeure l'un des objectifs visés dans les aménagements. On peut citer à ce titre la requalification de certains boulevards comme ceux de Clichy et de Rochechouart⁸, au pied de Montmartre, et plus récemment le projet d'aménagement des berges de la Seine.

A Berlin, il s'est moins agi de revaloriser la fonction centrale de Mitte que de la *remodeler*. Dès 1994, les quartiers de Dorotheenstadt et Friedrichstadt (Mitte) ont en effet été désignés comme le nouveau centre de la métropole⁹, devant accueillir principalement des locaux d'activités, des bureaux, ainsi que des commerces et des hôtels. La (re)construction d'avenues et de places prestigieuses a constitué un outil majeur pour rendre à ces quartiers leur attractivité économique et touristique. Celles-ci ont été conçues comme porteuses d'une « identité métropolitaine et européenne » (Stimman, 1999), tout en mettant plus classiquement

en valeur les commerces, les immeubles de bureau et les quelques monuments subsistant, comme la Porte de Brandebourg. L'un des axes principaux de Mitte, la Friedrichstraße, a ainsi été reconstruite dans ses volumes d'origine et avec un revêtement typique de la fin du XIX^e siècle ; elle dessert des immeubles conçus par des architectes renommés incluant passages commerciaux, grands magasins et bureaux. Quant aux espaces publics du nouveau quartier du Potsdamer Platz, ils sont conçus comme de véritables *attractions* où l'on peut venir se promener, se restaurer et/ou admirer l'architecture futuriste du quartier (cf. le Sony Center par exemple).

La localisation comme l'esthétique de ces espaces publics expliquent qu'ils soient aujourd'hui très fréquentés par les touristes. La fréquentation peut y atteindre des pics considérables, que ce soit dans l'après-midi pour les quartiers que l'on visite, le soir et la nuit pour les quartiers où l'on sort. Les grandes places réaménagées au centre de Paris accueillent aujourd'hui chaque jour des milliers de touristes venus admirer et visiter les monuments et les quartiers historiques qui les jouxtent, tout comme les rues piétonnes du Marais. Il en va de même à Berlin où le circuit traditionnel des touristes passe par la plupart des espaces publics récemment reconstruits et/ou requalifiés – le Pariser Platz (face à la Porte de Brandebourg), le Postdamer Platz, Friedrichstrasse (avec Check Point Charlie) et Unter den Linden (figure 3) – ou en voie de l'être, comme le Gendarmenmarkt. Ces espaces publics constituent aujourd'hui une composante essentielle des sites que les touristes viennent visiter. Tel est le cas à Paris des places naguère requalifiées ou encore des berges de la Seine, à Berlin des espaces verts structurant le quartier du Spreebogen, qui constituent de véritables pôles d'attraction pour des touristes qui y viennent non seulement pour admirer les monuments et les paysages, mais aussi pour flâner, pique-niquer ou se reposer.

Événements en plein air : image et fréquentation touristique

Comme les aménagements de prestige, les événements en plein air constituent un instrument de marketing urbain pour les villes (Gravari-Barbas, 2007). Ainsi, à Berlin, le développement de ces événements a été amplement intégré à la stratégie de communication de la ville, qui s'est très tôt positionnée, dans les années 1990, sur le créneau festif et culturel. Ce n'est guère étonnant quant on se remémore que, au cours des années 1990 et jusqu'au début des années 2000, Berlin n'est encore qu'un grand chantier : c'est à l'époque le moyen le plus commode pour jouer sur son image et pour attirer les touristes de toute l'Europe. Les événements sont pour beaucoup mis en place par le secteur privé ou associatif. A Paris, l'initiative publique est nettement plus forte dans ce domaine : l'Etat (avec notamment la Fête de la musique) et la Mairie (avec « Paris Plages » ou la « Nuit Blanche ») sont aujourd'hui les principaux acteurs dans l'organisation des grands événements (Fleury, 2007). La Mairie s'est même affirmée comme un partenaire incontournable pour les événements organisés par d'autres, voire en reprenant leur pilotage pour mieux maîtriser le contenu éditorial. En innovant dans ce domaine, l'enjeu pour Paris est clairement de regagner le terrain perdu par rapport à d'autres métropoles comme Barcelone ou Berlin.

C'est aussi dans les quartiers emblématiques – et touristiques – que sont principalement localisés ces grands événements. Complémentaire des aménagements de prestige évoqués ci-dessus, ce nouveau mode d'action publique contribue tout autant à adapter ces espaces publics à l'esthétique de la ville touristique. Ainsi les événements en plein air contribuent-ils ce faisant au renforcement du *Central Tourist District* de la métropole parisienne (Duhamel, Knafou, 2007) voire à son extension¹⁰. Est-ce à dire que ces événements favorisent directement la fréquentation touristique des lieux ? Certes, certains événements attirent majoritairement des participants extérieurs, comme ce fut le cas pour la Love Parade de Berlin (Siebenhaar, 2004). Mais le lien n'est pas toujours aussi évident. Car s'ils attirent des

touristes, les événements sont souvent davantage fréquentés par les habitants. Ainsi, Paris-Plage est pratiqué à 47 % par des Parisiens et à 41 % par des Franciliens hors Paris, les touristes ne représentant que 12 % (TNS Sofres, 2004). Le public de la « Nuit Blanche » (Espinasse, Buhagiar, 2003) est lui aussi essentiellement parisien (59,2 %). Il est composé pour un tiers (32,6 %) d'habitants de banlieue et dans une moindre mesure par de touristes (8,2%). Les événements en plein air jouent donc davantage un rôle indirect dans l'attractivité touristique des villes, dont ils peuvent contribuer à changer l'image, renforçant et par là même leur rayonnement touristique.

III. Le tourisme dans une stratégie globale pour les espaces publics

S'ils ont contribué à accroître l'attractivité touristique des villes et de certains quartiers, « les traitements de la forme de l'espace public urbain, les travaux sur leur composition, leur mise en lumière, leur ambiance sonore (...) induisent des conflits, parfois réels mais la plupart du temps latents, entre tourisme et pratique quotidienne des habitants » (Vlès *et al.*, 2005, p. 86). Il en va de même pour les grands événements. En même temps, les touristes sont de plus en plus exigeants en matière de déplacements par tous modes, de services ou encore d'ambiance urbaine (ODIT France, 2008). En esquisant une stratégie globale reposant sur les notions de qualité, de confort et d'accessibilité (Fleury, 2010), les pouvoirs publics tendent progressivement à intégrer l'enjeu touristique dans toute sa complexité au sein de leur action sur les espaces publics.

Confort et accessibilité au centre de l'action

Les actions de prestige, que ce soit par l'aménagement ou par l'organisation de grands événements, sont souvent entrées en concurrence, ces dernières décennies, avec des actions davantage orientées vers l'amélioration du cadre vie. Comme on l'a vu, cette contradiction se retrouve dans l'échelle et dans la localisation des interventions publiques : les premières se font plutôt à l'échelle métropolitaine, i.e. dans les quartiers les plus centraux, alors que les secondes sont développées de manière plus ubiquiste, à l'échelon local. Mais alors qu'ils se sont souvent rejeté l'un l'autre au cours des années 1980-2000, ces deux modes d'action apparaissent de moins en moins contradictoires, en particulier quand on observe en détail l'action menée ces dernières années. Ainsi, Berlin continue malgré tout d'aménager les espaces publics des quartiers moins centraux, notamment grâce à l'aide des subventions obtenues de l'Etat fédéral ou de l'Union européenne¹¹. Et à l'inverse, Paris est loin de délaisser ses espaces publics les plus emblématiques, même si les aménagements locaux ont été privilégiés durant les années 2000. C'est la tendance qui semble se dégager aujourd'hui : combiner les différents enjeux et les différentes échelles dans une action plus globale sur les espaces publics.

La diffusion des notions de « partage de l'espace public » et plus récemment celles de « confort » et d'« accessibilité » pour tous accompagne cette évolution (Fleury, 2010). L'objectif est de favoriser la mixité des usages, que ce soit entre les modes de déplacement ou entre les différents usages sociaux de l'espace. L'approche développée est désormais centrée sur la *personne humaine* en tant qu'elle se déplace, empruntant différents modes, mais aussi en tant qu'elle combine de multiples activités dans sa pratique. Elle cherche à s'adapter aux contextes locaux : des espaces publics centraux aux espaces publics plus locaux, les enjeux ne sont pas les mêmes et les doctrines doivent donc être modulées. Cette évolution passe par un recours moins systématique aux aménagements et par une articulation de ces derniers avec des mesures de gestion et de régulation des espaces publics de plus en plus complexes. Dans

un contexte de pénurie budgétaire, Berlin s'était déjà engagé sur cette voie ; elle est désormais rejointe par Paris.

Améliorer la qualité d'accueil pour les touristes

En cherchant à combiner dans l'action les enjeux et les échelles, à travailler sur le confort et l'accessibilité de tous, les pouvoirs publics tendent donc à définir une *stratégie globale* où le *tourisme* est pris en compte dans son interaction avec d'autres activités et usages. Il s'agit moins, désormais, de produire des aménagements et des événements susceptibles d'attirer toujours plus de touristes, que de travailler sur le confort des espaces publics pour ces derniers. Cela participe de l'amélioration générale de la qualité d'accueil prônée par les pouvoirs publics qui cherchent ainsi à favoriser les retours. A Paris, on affirme ainsi qu'« une ville qui voit défiler chaque année près de 28 millions de visiteurs, dont 18 millions d'étrangers, (...) pourrait (...) s'endormir sur ses lauriers. Ce n'est pas l'intention des services de la Mairie, tous impliqués dans l'objectif d'optimiser l'offre d'accueil »¹². L'agence Berlin Tourismus Marketing GmbH¹³ estimant de son côté que la Berlin doit être plus accueillante pour les touristes pour devenir une « ville qui soutient le tourisme » (« *eine tourismusverträgliche Stadt* »)¹⁴.

L'amélioration de la « qualité d'accueil » par les espaces publics passe évidemment par des *aménagements* conçus pour le confort de tous, y compris celui des touristes, en prenant notamment en compte les usages particuliers de ces derniers. A Paris, il y a dans les projets d'aménagement les plus récents – que ce soit sur certains grands axes (boulevard Magenta, boulevard de Rochechouart, etc.) ou grandes places (places Clichy et de la République) – la volonté de trouver un nouveau partage de l'espace pour, entre autres, offrir aux touristes des espaces publics de grande qualité esthétique, adaptés à une forte fréquentation (revêtements et matériaux, configuration des lieux et des cheminements) mais aussi plus accueillants (espaces piétonniers, bancs, fontaines, éclairage, etc.). La même logique a en partie dicté les aménagements du Pariser Platz ou d'Unter den Linden à Berlin, et explique, plus récemment, le lancement de la requalification du Gendarmenmarkt et de l'Alexander Platz.

Cette nouvelle approche passe aussi par la recherche d'une meilleure *lisibilité* de l'espace public et d'une amélioration de l'*intermodalité*. Ces deux axes de travail concernent certes tous les usagers mais prennent un sens particulier quand on s'intéresse aux usages des touristes. Il s'agit d'une part de donner un maximum de points de repères aux touristes qui se déplacent en ville. A Paris, une réflexion s'est ainsi engagée pour promouvoir la découverte de la ville en modes « doux », en améliorant la signalétique et le jalonnement (Mairie de Paris, 2007). A Paris comme à Berlin, des produits touristiques comme l'organisation de visites à vélo ou à pied sont en outre valorisés, en partenariat avec les offices de tourisme. L'intermodalité constitue une autre piste de travail. En effet, les touristes peinent souvent à comprendre le fonctionnement des réseaux de bus et sont souvent mécontents du manque de disponibilité des taxis. A Paris comme à Berlin, les pouvoirs publics cherchent donc améliorer la qualité de service (compréhension aisée des tarifs, connaissance des langues étrangères, voire uniformisation de la couleur des véhicules). La Mairie de Paris cherche plus particulièrement à adapter l'information pour les visiteurs, avec l'élaboration d'un guide et la création d'une signalétique multilingue sur l'offre globale de transport, mais aussi grâce à l'amélioration de l'accès à l'information sur les différents modes en temps réel (Mairie de Paris, 2007). L'aménagement ou le réaménagement des parvis de gares – gares de l'Est et du Nord à Paris (figure 4), Hauptbahnhof à Berlin – s'inscrit dans cette même tendance, avec la volonté d'améliorer l'accès aux taxis, aux transports en commun et aux commerces pour les voyageurs (en particulier ceux qui empruntent les trains à grande vitesse), parmi lesquels on trouve de nombreux touristes.

L'offre de nouveaux *services* dans les espaces publics, si elle aussi s'adresse à tous, doit également permettre d'améliorer l'accueil des touristes. A Paris, le travail sur l'accueil touristique devrait être poursuivi avec la création de nouveaux kiosques d'information ainsi que par la pose de nouvelles toilettes publiques dans les lieux stratégiques. Quant au Vélip', même s'il n'a pas été forcément pensé pour les touristes (en témoigne la difficulté pour payer que peuvent rencontrer les étrangers ne possédant pas de carte bancaire à puce), il est aujourd'hui aussi largement utilisé par ces derniers. A Berlin, une initiative globale intitulée « *Service in the City* »¹⁵ a pour objectif, à partir de divers projets, de développer la qualité de séjour des touristes. Ainsi, des points d'accueil, avec plusieurs langues parlées, ont été installés et la coordination des différents acteurs a été renforcée pour améliorer la propreté des espaces publics. La ville travaille également sur l'installation de toilettes publiques (« *Toilettenhäuschen* ») et de nouvelles fontaines d'eau potable dans les lieux touristiques (Gandarmenmarkt, Reichstag). Enfin, le système « *Call a Bike* » de la Deutsche Bahn permet la location de vélos pour tous. C'est un autre système qu'à Paris (pas de bornes, il faut appeler avec son téléphone pour pouvoir utiliser un vélo) mais qui fonctionne depuis 2002, d'ailleurs surtout pour les touristes.

Surmonter les conflits d'usages

En tentant de mieux adapter leur action aux contextes locaux, les pouvoirs publics sont inévitablement amenés à considérer les centralités touristiques et les problèmes particuliers qu'elles posent en termes de conflits d'usages. Car les métropoles touristiques sont marquées par une forte concentration spatiale de l'activité touristique. Dans certains espaces publics, ce sont les touristes qui *donnent le ton*. « On voulait les citadins et on a eu les touristes » écrit W. Sewing (2002, p. 101) à propos de l'arrondissement de Mitte. A cette intense fréquentation correspond de surcroît une spécialisation commerciale croissante de certaines rues et places dans les quartiers centraux. En conséquence, les habitants évitent bien souvent ces lieux. Quant à ceux qui résident à proximité, ils sont non seulement confrontés à un changement important de l'ambiance des lieux, mais doivent aussi vivre avec les nuisances que crée l'intense fréquentation touristique.

La gestion des conflits d'usage entre résidents et touristes constitue donc un enjeu majeur pour les pouvoirs publics. C'est d'autant plus le cas dans des contextes caractérisés par d'importantes densités résidentielles. A Paris, les maires d'arrondissements et la police sont les premiers sollicités, localement, pour arbitrer dans ce difficile partage de l'espace public. Mais la Mairie de Paris tente aussi de mieux organiser cette pression. Parmi les différentes interventions, trois exemples peuvent être retenus. En premier lieu, la Mairie s'est engagée dans un processus de révision du règlement des terrasses et étalages qui vise notamment à améliorer l'esthétique des installations et à éviter l'encombrement des trottoirs (Fleury, 2010). En second lieu, des « chartes locales des usages de la rue » ont été élaborées, notamment par la mairie du 4^e arrondissement, à la suite desquelles la Mairie de Paris a publié un guide méthodologique pour aider les acteurs locaux à résoudre les conflits d'usage à l'échelle d'une rue ou d'une place. En dernier lieu, des groupes de travail ponctuels ont également été mis en place pour surmonter les conflits d'usage liés au tourisme. C'est le cas pour le Champ de Mars, au pied de la Tour Eiffel. Un groupe de travail a été mis en place en 2009 qui rassemble les acteurs locaux (mairie d'arrondissement, associations de riverains¹⁶), les services municipaux concernés, la Préfecture de police et la Société d'exploitation de la Tour Eiffel. L'objectif est de trouver une solution durable aux problèmes posés par la surfréquentation (détritus, dégradation des pelouses, nuisances sonores, etc.). Plusieurs hypothèses ont d'ores et déjà été évoquées, notamment la rédaction d'une charte d'usages et le réaménagement voire la clôture partielle de l'esplanade.

Le problème se pose sans doute avec moins de force à Berlin où les densités résidentielles sont moindres et les espaces publics plus spacieux. Pour autant, il commence à se poser, quasiment dans les mêmes termes (Stadtforum Berlin, 2007). Le caractère festif et culturel de Berlin mis en avant par les pouvoirs publics a en effet porté ses fruits : l'augmentation du nombre de touristes conduit à de fortes pressions sur l'espace public dans certains quartiers. On relève ainsi de nombreuses plaintes des habitants concernant le bruit autour des cafés et des clubs, ou à propos des fêtes organisées en plein air ; la dégradation de certains espaces publics autour des auberges de jeunesse est aussi régulièrement évoquée (Stadtforum Berlin, 2007). Certains lieux focalisent tout particulièrement l'attention des pouvoirs publics. C'est le cas du Tiergarten, à Mitte, qui souffre – comme le Champ de Mars – de nombreuses dégradations à chaque fois qu'un défilé, un concert ou une fête est organisé (Fleury, 2007). Plus localement, des lieux comme l'Admiralbrück à Kreuzberg font l'objet de nombreuses protestations des riverains. Pour faire face aux rassemblements et aux fêtes qui y sont régulièrement organisées, on pense y installer des médiateurs (« *Kiezstreifen* ») et le maire a fait enlever certaines bornes sur lesquelles s'asseyaient les fêtards, l'autre solution envisagée étant l'interdiction de l'alcool¹⁷.

L'omniprésence des autocars de tourisme au sein des quartiers touristiques ou sur leurs marges, liée au fort développement du tourisme de groupe (APUR, 2001), constitue un autre problème. En haute saison, ce sont près de 2000 autocars qui circulent dans Paris, dont plus de 80 % stationnent ou s'arrêtent de manière illicite (Observatoire des déplacements, 2009). Dans le but de mieux concilier les impératifs de santé publique et de cadre de vie avec ceux de l'activité économique, la municipalité a donc décidé d'intervenir, en concertation avec les professionnels et la Préfecture de Police. Interdiction des autocars sur les îles de la Seine, création d'un forfait de stationnement pour faciliter et encourager l'usage des parkings existants, rationalisation des aires de dépose et reprise des groupes, gestion centralisée des disponibilités constituent autant de mesures pour mieux gérer le stationnement des autocars¹⁸. La Mairie tente également de prendre en compte cette question dans les nouveaux projets d'aménagement, comme par exemple sur la place de la République (Fleury, 2010), tout en développant de nouvelles aires de stationnement en périphérie. Enfin, la gestion des déplacements touristiques de manière plus globale constitue un autre levier. Il s'agit par exemple d'offrir des alternatives crédibles pour les groupes (navettes fluviales, extension des horaires du métro la nuit, etc.).

Conclusion

La mise en regard de Paris avec Berlin permet en définitive non seulement d'adopter un regard décentré sur le cas parisien, mais aussi de caractériser quelques tendances générales sur les liens complexes et dynamiques qui peuvent exister entre tourisme et politiques d'espaces publics, au-delà des différences liées au statut des métropoles, à leurs structures spatiales et à leur rayonnement touristique. A Paris comme à Berlin, les politiques menées pendant les années 1980-1990 ont bien participé d'une politique de marketing urbain dont l'un des objectifs est de capter les flux de touristes. Les aménagements de prestige et les grands événements toujours plus nombreux ont ainsi largement contribué à renforcer ou à maintenir l'attractivité touristique des deux métropoles et de leurs quartiers les plus emblématiques. Aujourd'hui, si les politiques de promotion et de soutien de l'offre demeurent d'actualité, l'enjeu que représente la gestion de la place du tourisme dans la ville tend néanmoins à être de plus en plus prise en compte. Il s'agit de combiner dans l'action les différentes dimensions et échelles de l'espace public, d'organiser un meilleur partage entre ses divers usagers. Même si ce nouveau mode d'action ne fait que s'ébaucher, il vise notamment à améliorer la qualité

d'accueil des touristes et à régler les conflits d'usage très nombreux auxquels la forte pression touristique a abouti dans certains quartiers centraux.

En produisant des espaces publics beaux, propres et festifs (Gravari-Barbas, 1998), les politiques publiques, relayées par les acteurs du tourisme, ont donc profondément transformé les quartiers centraux des métropoles et accompagné leur spécialisation touristique croissante. Mais si les pouvoirs publics tendent aujourd'hui à promouvoir confort et accessibilité pour tous, à concilier développement touristique et qualité de vie des résidents, les politiques menées répondent principalement aux préoccupations des classes moyennes et supérieures (Smith, 2003), que ce soit les touristes, exigeants en termes de patrimoine, de culture et de qualité d'accueil, ou les résidents, particulièrement sensibles à leur cadre de vie et capables de se mobiliser pour le défendre. Pendant ce temps, dans les centres et plus particulièrement dans les quartiers en voie de gentrification où émergent de nouvelles centralités culturelles et touristiques (Knafo, Duhamel, 2007)¹⁹, les classes populaires se voient progressivement contraintes de quitter des logements aux loyers toujours plus élevés – malgré les politiques de logement social, insuffisantes – et exclues des espaces publics requalifiés et embellis, de plus en plus voués à des modes de consommation et à une culture qui ne sont pas les leurs (Clerval, Fleury, 2009). Or, le renouvellement actuel de l'action sur les espaces publics ne s'inscrit pas en faux contre ces dynamiques. Au contraire, il les accompagne.

Références citées

APUR, *Le tourisme de groupe à Paris. Eléments de diagnostic*, 2001.

ASHWORTH G., PAGE S. J., « Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes », *Tourism Management*, sous presse, 2010.

BODENSCHATZ H., *Platz frei für das neue Berlin! Geschichte der Stadterneuerung seit 1871*, Berlin, Transit, 1987.

DUHAMEL Ph., KNAFOU R., « Le tourisme dans la centralité parisienne » in LE GOIX R., SAINT-JULIEN T., *La métropole parisienne. Centralités, inégalités, proximités*, pp. 37-62, 2007.

ESPINASSE C., BUHAGIAR P., *Tableaux statistiques de la phase quantitative de l'étude Plein Feux sur la Nuit Blanche 2^{ème} édition. Bilan de la deuxième édition de Nuit Blanche du 4 au 5 octobre 2003*, étude pour le compte de la Mairie de Paris, 2003.

FLEURY A., « Rues des permanences, rues du changement. Espaces publics et patrimoine à Paris et Berlin », in VALLAT C. (dir.), *Pérennité urbaine, ou la ville par delà ses métamorphoses*, tome 2, Paris, L'Harmattan, pp. 105-116, 2009.

FLEURY A., *Les espaces publics dans les villes denses : concilier la diversité des usages et des mobilités*, dossier de la Mairie de Paris pour le séminaire « Nouveaux modèles d'aménagement de l'espace public : la marche et le piéton et le partage avec les autres modes de déplacement », GIP EPAU/POPSU-Europe, 17-18 septembre 2010.

FLEURY, A., *Les espaces publics dans les politiques métropolitaines. Réflexions au croisement de trois expériences : de Paris aux quartiers centraux de Berlin et Istanbul*, Thèse de doctorat en géographie, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2007 [<http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00259957/fr/>].

FLONNEAU M., *L'automobile à la conquête de Paris*, Paris, Presses de l'ENPC, 2003.

GRAVARI-BARBAS M., « Belle, propre, festive et sécurisante : l'esthétique de la ville touristique », *Noréis*, n° 178, pp. 175-193, 1998.

GRAVARI-BARBAS M., « De la fête dans la ville à la ville festive : les faits et les espaces festifs, objet géographique émergent », in DA CUNHA A., MATTHEY L., *La ville et l'urbain : des savoirs émergents*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, pp. 387-412, 2007.

HÄUßERMANN H., KAPPAN A., *Berlin : von der geteilten zur gespaltenen Stadt? Sozialräumlicher Wandel seit 1990*, Opladen, Leske + Budrig, 2002.

HÄUßERMANN H., SIEBEL W. (dir.), *Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch große Projekte*, Opladen, Westdeutscher Verlag, Leviathan Sonderheft 13, 1993.

JAKUBEIT B., « Der öffentliche Raum, Visitenkarte einer Stadt », *Foyer*, n° 2, Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, p. 4-9, 1999.

KNAFOU R., « L'urbain et le tourisme : une construction laborieuse », in DUHAMEL Ph., KNAFOU R. (dir.), *Mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, pp. 9-21, 2007.

KRÄTKE S., « Berlin – Towards a Global City ? », *Urban Studies*, Vol. 38, n° 10, pp. 1777-1799, 2001.

MAIRIE DE PARIS, *Projet de Plan des Déplacements de Paris*, Conseil de Paris des 12 et 13 février 2007.

MORDUE T., « Tourism Urban Governance and Public Space », *Leisure Studies*, vol. 26, n° 4, pp. 447-462, 2007.

OBSERVATOIRE DES DEPLACEMENTS A PARIS, *Le Bilan des déplacements à Paris en 2008*, Mairie de Paris, Direction de la voirie et des déplacements, Agence de la mobilité, 2009.

ODIT FRANCE, *Améliorer la qualité d'usage touristique des espaces publics en ville. Des pistes de réflexion et de sensibilisation pour l'action*, Paris, Editions Atout France, coll. « Ingénierie touristique – Mini-Guide », n° 19, 2008.

OLAGNIER P.-J., « Les nouvelles pratiques d'aménagement des rues des villes britanniques. Les Home Zones : la variante anglaise des expériences de voirie partagée », *Flux*, n° 66-67, pp. 39-49, 2007.

POGNANT P., « Le sauvetage des Champs Elysées », *Paris-Projet*, n° 30-31, 1993.

SENATSVERWALTUNG FÜR STADTENTWICKLUNG, *Berlin in Bewegung. Mobilitätspolitik für das 21. Jahrhundert*, Berlin, 2005.

SENATSVERWALTUNG FÜR STADTENTWICKLUNG, *Berlin. Orte der Internationalität*, étude réalisée par D. Henckel, R. Pätzold, A. Besecke, B. Herkommer, V. Kuhn (Technische Universität Berlin), 2006
[http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/basisdaten_stadtentwicklung/internationalitaet/].

SENATSVERWALTUNG FÜR STADTENTWICKLUNG, *Handbuch zur Gestaltung von Straßen und Plätzen in Berlin: Stadtgestaltung, Strassengestaltung, Platzgestaltung, Straßenentwurf*, Berlin, Kulturbuch Verlag, 1999.

SEWING W., « Berlin – vom Mythos zur Metropole ? », in BERKING H., FABER R. (dir.), *Städte im Globalisierungsdiskurs*, Würzburg, Königshausen und Neumann, pp. 97-111, 2002.

SIEBENHAAR K. (dir.), *Kulturhandbuch Berlin: Geschichte und Gegenwart von A – Z*, Berlin, Bostelmann U. Siebenhaar, 2004.

SMITH N., « La gentrification généralisée : d'une anomalie locale à la régénération urbaine comme stratégie urbaine globale », in BIDOU-ZACHARIASEN C. (dir.), *Retours en ville*, Paris, Descartes & Cie, pp. 45-72, 2003.

STADTFORUM BERLIN, *Stadtentwicklung und Tourismus - Wir bekommen Besuch!*,
Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, 2007
[<http://www.stadtentwicklung.berlin.de/planen/stadtforum/de/tourismus.php>].

STIMMANN H., « Berlin nach der Wende: Experimente mit der Tradition des europäischen Städtebaus », in SÜSS W., RYTLEWSKI R. (dir.), *Berlin Die Hauptstadt. Vergangenheit und Zukunft einer europäischen Metropole*, Berlin, Nicolai, pp. 543-574, 1999.

TNS SOFRES, *L'opération Paris-Plage. Principaux résultats*, étude pour le compte de la Mairie de Paris, 2004.

TOMAS F., « L'espace public, un concept moribond ou en expansion ? », *Géocarrefour*, vol. 76, n° 1, pp. 75-84, 2001.

TOUSSAINT J.Y., ZIMMERMANN M. (dir.), *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*, Lausanne, Presses polytechniques et universitaires romandes, 2001.

VIOLIER Ph., ZARATE A. M., « Politiques urbaines du tourisme », in DUHAMEL Ph., KNAFOU R. (dir.), *Mondes urbains du tourisme*, Paris, Belin, pp. 143-162, 2007.

VLES V., BERDOULAY V., CLARIMONT C., *Espaces publics et mise en scène de la ville touristique*, Rapport final de recherche, Ministère délégué au Tourisme, Université de Pau, 2005.

Figures

Figure 1. L'avenue des Champs-Élysées : une « grande opération » des années 1990 à Paris
(Crédit : A. Fleury, 2007)



Figure 2. Les espaces publics de prestige aménagés à Paris dans les années 1980 et 1990

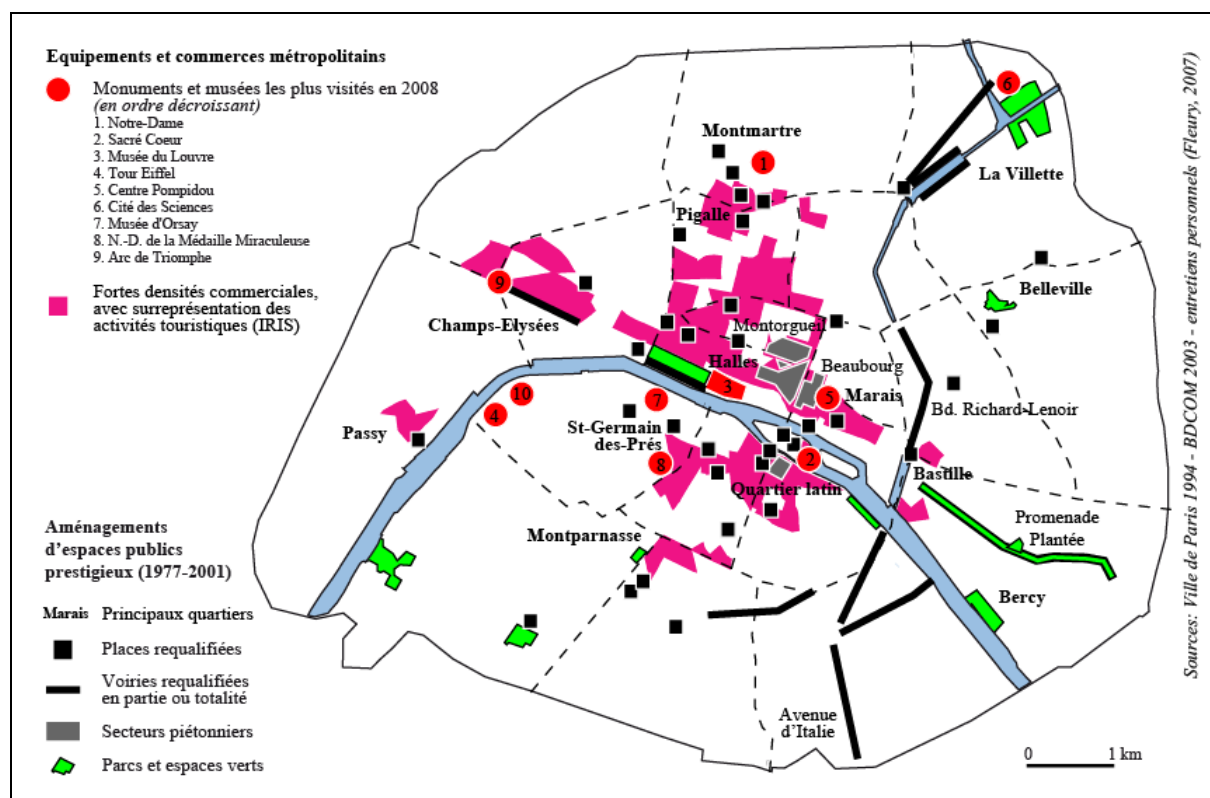


Figure 3. L'avenue Unter den Linden requalifiée, face à la Porte de Brandebourg (Crédit : A. Fleury, 2005)



Figure 4. Le parvis de la gare du Nord réaménagé dans une perspective de confort, d'accessibilité et d'intermodalité (Crédit : A. Fleury, 2010)



¹ Cet article s'appuie sur une série d'entretiens menés entre 2004 et 2007 avec les acteurs de l'espace public (environ 50 à Paris et 20 à Berlin) ainsi que sur un corpus de documents diversifié : rapports d'étude, sites Internet, compte rendus de réunions de concertation, articles de presse, etc. Ces investigations, menées dans le cadre d'une thèse de doctorat (Fleury, 2007), ont été actualisées grâce à de nouveaux contacts et entretiens au sein des services de la Ville de Paris depuis 2009 (Fleury, 2010).

² Nombre de touristes à Paris intra-muros estimé en 2008, tous hébergements confondus. Source : Office du Tourisme et des Congrès de Paris.

³ 3 millions en 1993, 5 millions en 2001. Source : Office des Statistiques du Land de Berlin.

⁴ A Berlin-Est, le régime socialiste a développé un urbanisme soviétique, avec de grands axes de transit pour les voitures (et pour les défilés politiques ou militaires), reléguant les autres modes de déplacements dans les zones réservées ou les voies de desserte locale. Pour autant, la circulation n'est alors pas vraiment un problème vu le faible nombre d'automobilistes.

⁵ On peut citer la radiale Vercingétorix ou la voie Paris-Rive-Gauche à Paris (Flonneau, 2003), ainsi que la voie rapide Est-Ouest à Berlin-Kreuzberg (Bodenschatz, 1987), dont l'abandon a été obtenu par les habitants.

⁶ A Paris, les « grandes opérations » ont été conçues par B. Huet et J.-M. Wilmotte (Champs Elysées), M. Corajoud (avenue d'Italie) ou encore D. Mangin et J. Osty (boulevard Richard-Lenoir). Plus récemment, A Grumbach est intervenu dans le cadre de la requalification des boulevards des Maréchaux Sud.

⁷ A Berlin, les espaces publics du Spreebogen ont été conçus par Schultes et Frank (autour de la Chancellerie et du Parlement) ainsi que par les paysagistes Schwarz et Kiefer (autour de la nouvelle gare). G. Lange et C. Girot ont respectivement dessiné le Mauerpark et l'Invalidenpark.

⁸ Le Maire de Paris est d'ailleurs directement intervenue dans le projet jugé à l'origine trop peu soucieux d'esthétique et de patrimoine (Fleury, 2007).

⁹ La partition de la ville pendant la Guerre froide avait permis l'affirmation de la City-West (autour de la gare de Zoo et du Kurfürstendamm), pendant que l'ancien centre historique, Mitte, constituait le centre de Berlin-Est.

¹⁰ Les parcours de la « Nuit Blanche » sortent ainsi du centre historique, tandis que « Paris Plage » (désormais « Paris Plages ») intègre depuis 2007 les berges du bassin de la Villette, dans le 19^e arrondissement.

¹¹ C'est notamment le cas dans le cadre du programme « Ville sociale » (*Soziale Stadt*) mis en place à la fin des années 1990 et dont le *Quartiersmanagement* est l'instrument-clé. Celui-ci consiste à favoriser l'implication et la participation mais aussi l'interconnexion des citoyens et des acteurs publics ou associatifs. Il a entre autres permis une meilleure prise en compte des préoccupations des habitants parmi lesquelles la qualité des espaces publics.

¹² Source : www.paris.fr (consulté le 5/09/2010).

¹³ Berlin Tourismus Marketing GmbH existe depuis 1993. Cette agence est en charge de la promotion de Berlin à comme destination touristique. C'est une agence de services et un fournisseur d'informations pour l'industrie du tourisme et les touristes.

¹⁴ Selon Gerhard Buchholz (Berlin Tourismus Marketing GmbH). Source : conférence-débat « Wohnen auf der Partyeile ? Tourismus in Berliner Quartieren », compte-rendu publié sur le site <http://gentrificationblog.wordpress.com/2010/05/07/berlin-tourismus-und-gentrification/> (consulté le 5/09/2010).

¹⁵ Acteurs : Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, IHK Berlin, des Hotellerie- und Gaststättenverbandes Berlin ; Berlin Partner GmbH ; Berlin Tourismus Marketing GmbH ; Handelsverband Berlin Brandenburg ; Berliner Stadtreinigungsbetriebe.

¹⁶ En particulier l'association « Les Amis du Champ de Mars » qui a pour objectif de « contribuer à la protection et à la promotion [du site] (...), non seulement en luttant contre toutes les nuisances qui concourent à sa dégradation, mais en proposant une vision pour son avenir » (source : <http://www.amisduchampdemars.fr/index.html>, consulté le 15/09/2010).

¹⁷ Voir <http://www.taz.de/1/berlin/artikel/1/mediation-soll-bruecken-bauen/> (consulté le 13/09/2010).

¹⁸ Voir le Plan des déplacements de Paris (Mairie de Paris, 2007) et la page intitulée « Politique de la ville en matière de stationnement des autocars de tourisme » sur le site Internet de la Mairie de Paris (<http://www.paris.fr>, consulté le 13/09/2010).

¹⁹ Par exemple dans l'Est parisien autour de la Villette et sur les pourtours de Mitte, comme à Prenzlauer Berg. La création ou la requalification des espaces publics ainsi que la diffusion d'événements festifs y ont largement contribué (parc et berges à la Villette, rues et places de Prenzlauer Berg, etc.).